

# Auf den zweiten Blick

**Sein Optikergeschäft war die Basis, um einen Traum zu realisieren: eine eigene Brillenkollektion. Heute vertreibt Sven Götti seine Modelle in 30 Ländern. Trotz oder gerade wegen seines Erfolges wirkt er im Gespräch entspannt, selbstbewusst, sympathisch.**



Am Bahnhof Wädenswil holt mich Sven Götti ab. Es ist ein kleiner, überschaubarer Bahnhof, und doch würde ich den Brillendesigner und CEO von götti Switzerland wahrscheinlich nicht erkennen, hätte ich nicht ein Bild von ihm gesehen. Er wirkt unauffällig, unscheinbar, unaufdringlich. Jeans,

Sweatshirt, Turnschuhe. Wir schütteln uns die Hände. In seinem Büro angekommen, schweift mein Blick durch die Fenster über Felder, Wiesen, Wälder. Innerhalb der vier Wände lenkt nichts von der Arbeit ab. Viel Weiss, klare Formen – und überall das «ö». «ö» wie götti Switzerland.

## Facts und Figures

- Nach Lehre und Meisterschule zum Optiker eröffnet Sven Götti 1993 mit Urs Niederer ein Optikergeschäft in Luzern.
- 1998 verkaufen sie ihre erste Büffelhorn-Kollektion im eigenen Geschäft.
- Ab 2002 wird auch das Ausland beliefert, damaliger Umsatz: 1 Million.
- Die heutige Kollektion umfasst Modelle aus Titanium (Herstellung in Japan) und Kunststoff (Herstellung in Deutschland).
- 2008: götti Switzerland gewinnt den Swiss Economic Award. Umsatz: 7,5 Millionen.
- götti Switzerland besteht aus drei Partnern: Sven Götti (Hauptaktionär mit Zweidrittelsmehrheit), Urs Niederer, Felix Moreno (Verkaufsleiter).
- Personal: 7 Mitarbeitende im Optikergeschäft, Vertrieb: 12 Mitarbeitende plus 30 Aussendienstmitarbeitende.
- götti Switzerland arbeitet nicht mit Zwischenhändlern, sondern vertreibt über die Aussendienstmitarbeitenden direkt an Optikergeschäfte in 30 Ländern.
- 2 Mal im Jahr entstehen 15 bis 20 neue Modelle.

## HANDEL HEUTE: Warum machen Sie Brillen?

Sven Götti: Ich kam durch meinen Beruf als Augenoptiker mit Brillen in Kontakt. Eigentlich wollte ich Elektroniker werden, aber das war mir zu technisch. Als Optiker habe ich gelernt, was es bedeutet, einen Laden aufzubauen und auf Kundenwünsche einzugehen. Aber mich hat immer interessiert, wie so eine Brille entsteht. Das Geschäft war eigentlich das Fundament, um meinen Traum zu verwirklichen: eine eigene Brillenkollektion.

## Diesen Traum hatten Sie damals schon?

Ja, aber es wäre komplett falsch gelaufen, wenn ich gleich nach der Lehre damit angefangen hätte. Es war richtig, zuerst Erfahrungen als selbstständiger Detailhändler zu sammeln und zu erkennen, was es bedeutet, ein eigenes Geschäft zu führen. Damit hatte ich auch eine Absicherung. Und hätte das mit der Kollektion nicht geklappt, hätte ich halt mit dem Optikergeschäft weitergemacht.

## Inwiefern haben sich Ihre Ziele und Ambitionen von damals bis heute verändert?

Früher war ich zielloser. Ich wusste nicht genau, ob die Kollektion oder das Geschäft mein Weg werden würde. Und wir waren früher sicher auch eine Spur mutiger. Zu Beginn hat sich keiner für unsere Kollektion interessiert. An Messen wurden andere Stände belagert, zu uns kam niemand. Da haben wir uns schon überlegt, ob wir damit überleben können. Heute bin ich froh, dass wir diese schwierige



«Wenn ich eine neue Brille oder eine neue Kollektion entwickle, muss diese in erster Linie mir selbst gefallen», sagt **Sven Götti**.

Phase durchgestanden haben. Meine heutige Ambition ist, diese Marke, meinen Traum, zu pflegen und weiter aufzubauen.

**Trotz der intensiven** Pflege seiner Marke scheint Sven Götti ein Mensch zu sein, der Zeit hat. Den Interviewtermin zu vereinbaren war simpel. Götti zeigte sich äusserst flexibel. Zeit nimmt er sich jedoch nicht nur für Medienschaffende, sondern auch für seine Familie. Entspannt erzählt er im Gespräch, dass er am Abend zuvor mit seiner Tochter auf dem Zürichsee Pedalofahren war. Und daneben bleibt immer noch Zeit für die Kunden.

**Sie beliefern Optiker in 30 Ländern. Nach welchen Kriterien werden diese ausgewählt?**

Die kristallisieren sich irgendwie von selber heraus. Es sind immer die füh-



renden Fachgeschäfte in einer Stadt, wir möchten uns ja auch im oberen Segment positionieren. Das ergibt sich einerseits durch den Einkaufspreis der Fassungen, die sehr hochwertig produziert sind, andererseits auch über das Design und das Image, das wir mit der Kollektion transportieren.

**Können Sie dieses Image näher erläutern?**

Für ein Fachgeschäft ist es sehr wichtig, Kollektionen einzukaufen, die bei den Konkurrenten, beim Discounter nicht zu haben sind. Punkto Design ist unser Image «schlicht, tragbar, aber nicht langweilig». Es ist eine ständige Gratwanderung zwischen speziell und gut verkäuflich. Schliesslich kauft unser Kunde auch nur das ein, was er selbst gut verkaufen kann.

**Und dann ist da noch das «ö»...**

Ja, das «ö» heben wir bewusst heraus. In Asien wurde mir gesagt, dass dieser Buchstabe genial sei, weil er den Bezug zu Europa direkt sichtbar mache – das war uns gar nicht so bewusst. Ausserdem sieht der Buchstabe aus wie ein Kopf mit Brille von oben. Darauf mussten wir auch erst einmal kommen.

**Sven Götti machen** kleine Details Spass, mit denen er spielt, die keiner erwartet, die entdeckt werden müssen. Auf den zweiten Blick. Er zeigt mir eine Brille in typischer Pilotenform. Als er den zweifarbigen Bügel öffnet, kommt ein kleines, dezentes «ö» zum Vorschein. Götti grinst ein kleines Grinsen. Darauf muss man erst einmal kommen.

**Sie haben an anderer Stelle betont, dass götti Switzerland keine eigentliche Zielgruppe hat, die Beschreibungen der einzelnen Brillenmodelle greifen jedoch alle in die Schublade «jung, urban, unabhängig» – ist das ein Widerspruch?**

Wenn ich eine neue Brille oder eine neue Kollektion entwickle, muss diese





in erster Linie mir selbst gefallen. Nur dann kann ich auch dahinter stehen. Also mache ich sie auch für einen Typ Mensch, der mir selbst entspricht: jemand, der hinter dem Schönen das Schlichte erkennt, der sieht, welche Leistung hinter einer solchen Brille steckt.

### Wie gehen Sie vor beim Design einer neuen Brille?

Wenn man den Designprozess betrachtet, ziehe ich mich zurück in mein Studio in Zürich, wo ich wirklich ganz konkret an den Entwürfen arbeite. Das ist aber nur ein Aspekt. Was mich in diesen Designprozess treibt, ist jeden Tag ein 24-Stunden-Prozess, während dem ich Inputs verarbeite, die ich einfließen lassen kann.

### Welches ist das schönste Kompliment, das Ihnen jemand für eine Ihrer Brillen machen kann?



Was mir wirklich Freude, sogar Gänsehaut bereitet, ist, wenn ein Optiker, der unser Kunde ist, an einer Messe auf mich zukommt und mir sagt, dass die unsrige die Lieblingskollektion seiner Kunden ist und am besten verkauft wird. Das ist ein Feedback von der Front. Ich weiss, was das bedeutet, und es ist für mich sehr wertvoll.

### Ärgern Sie sich über schlechte Brillen?

Nein, das amüsiert mich eher. Aber wenn ich in einer Situation bin, in der mir hunderte von Leuten entgegen gehen, wird sicher jede Brille gerastert. Und ich freue mich natürlich, wenn ich jemanden sehe, der eine Brille von uns trägt und gut damit aussieht.

**Auch bei solchen** Statements bleibt Sven Götti immer bescheiden. Seine Antworten sind bestimmt, er macht den Job schliesslich lange genug. Aber manchmal überlegt er lange. Und schaut dennoch nie gestresst auf die Uhr. Vielleicht ist diese Mischung aus Selbstverständnis und Entspannung das Erfolgsrezept. Eines, mit dem man Preise gewinnen kann.

### Hat der Gewinn des Swiss Economic Awards etwas verändert?

Ich habe mich sehr darüber gefreut, und in erster Linie ist dieser Preis eine Bestätigung. Ändern müssen und wol-

len wir nichts. Ein positiver Effekt ist sicher, dass die Schweizer Presse auf uns aufmerksam wurde. Aber in erster Linie müssen wir den Optiker als Fan gewinnen, er ist unsere Schlüsselstelle.

### Wie wird sich götti Switzerland mittelfristig entwickeln?

Es ist klar, dass man in meinem Beruf nie stehen bleiben kann, was spannend ist, aber auch eine Belastung sein kann. Bis jetzt hab ich das aber noch nie so empfunden, weil ich einfach Spass und Freude habe, an meinen Produkten zu arbeiten und weiterzudenken. Ein nächstes Ziel ist, zu den bestehenden Produkten etwas

Kürzlich wurde götti Switzerland **mit dem Swiss Economic Award ausgezeichnet**. Götti dazu:

«Ich habe mich sehr darüber gefreut, und in erster Linie ist dieser Preis eine Bestätigung.»



Neues in der Schweiz zu entwickeln, vielleicht mit einer eigenen technischen Innovation als Alternative zu den bestehenden Selektionen.

#### Andere Länder, andere Trends?

Bestimmt. Ich lasse zwar Rückmeldungen von meinen Mitarbeitenden im Aussendienst in den Designprozess einfließen, es wäre aber falsch, wenn ich mich nach jedem Wunsch richten würde – es geht jedoch hierbei genau darum, die Trends weltweit zu spüren. Gerade in Skandinavien brauchen sie riesige Brillen, das ist unwahrscheinlich! (*Sven Götti nimmt eine weitere Brille aus dem Displayschub*) Diese hier habe ich bewusst dafür gemacht. Die ist zwar gross, ist aber sehr cool.

#### Was ist denn ganz grundsätzlich an einer Brille das Wichtigste?

Dass sie im Gesicht des Trägers sehr gut aussieht. Eigentlich ist eine Brille nichts anderes als eine Halterung für die Hauptsache, nämlich die Gläser. Ich versuche das immer mit etwas Abstand zu sehen. Somit muss die Brille möglichst schön sein, um ihren Zweck zu erfüllen. Und natürlich bequem.

**Sie wussten schon am Anfang Ihrer Lehre, dass Sie gerne eine eigene Brillenkollektion entwerfen würden. Hätten Sie die Lehre in einer Gerberei gemacht, würden Sie dann heute Taschen designen?**  
Davon gehe ich aus, ja.



**Als Sven Götti** sich von mir verabschiedet und mir die Hand gibt, fallen mir seine Ärmel auf. Geknöpfte Hemdsärmel an einem Sweatshirt. Vielleicht ist er doch nicht so unauffällig und unscheinbar. Man muss nur ein zweites Mal hinsehen.

Text/Interview: Anja Vatter

# weniger Zahnschäden

- ✓ beugt Entzündungen vor
- ✓ gesundes Zahnfleisch
- ✓ gegen Mundgeruch
- ✓ frischer Geschmack
- ✓ gegen Heiserkeit
- ✓ seit 100 Jahren
- ✓ gegen Aphthen
- ✓ hoch wirksam
- ✓ nachfüllbar



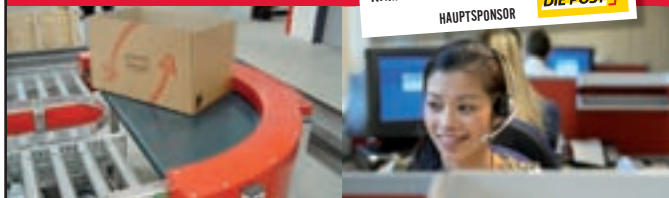
## DER GRÖSSTE OFFLINE-SHOP FÜR E-COMMERCE

Einzigartig in Europa: PACK&MOVE präsentiert logistische Systemlösungen für die gesamte Prozesskette, vom Verpacken bis zum Ausliefern. Dank Branchenfokus und spannenden Events genau auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten.

Schweizer Fachmesse für integrierte  
Logistiklösungen und Verpackungstechnik

18. bis 21. November 2008 | Messezentrum Basel  
[www.packmove.ch](http://www.packmove.ch)

**LOGISTICS TALKS**  
INTEGRIERT: HOCHKARÄTIGES FORUM MIT  
NAMHAFTEN EXPERTEN.  
HAUPTSPONSOR **DIE POST**



**mch**  
messe schweiz

**PACK&MOVE**  
Logistik · Verpackung